

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA
CAMPUS DE CACOAL
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

LEANDERSON COUTO DE JESUS

CAPITAL INTELECTUAL: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL

ARTIGO DE GRADUAÇÃO

**CACOAL
2007**

LEANDERSON COUTO DE JESUS

CAPITAL INTELECTUAL: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL

Artigo apresentado à Fundação Universidade Federal de Rondônia, Campus de Cacoal, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Prof. Ms. Silas Neiva de Carvalho - Orientador

**CACOAL
2007**

CAPITAL INTELECTUAL: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL

Por

LEANDERSON COUTO DE JESUS

Artigo apresentado à Fundação Universidade Federal de Rondônia, Curso Ciências Contábeis, para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, mediante a Banca Examinadora, formada por:

Prof. Ms. Silas Neiva de Carvalho - Orientador

Prof. Ms. Wellington Silva Porto

Prof. Ms. Geraldo Luiz Francisco da Silva

CACOAL
2007

AGRADECIMENTOS

Primeiro a DEUS pelas bênçãos, aos meus pais Sr. Luiz e Sra. Lucia por terem me criado e educado, à minha esposa Helena e meu filho pelo amor e carinho que sempre me deram, ao Prof. Silas pela orientação e finalmente a todos os professores que nos ensinaram ao longo desses quatro anos.

A massa cinzenta humana será a riqueza do amanhã. A moeda do futuro não vai ser financeira, mas o capital intelectual. E estará na cabeça das pessoas. O recurso mais importante da organização. (CHIAVENATO, 1998).

O CAPITAL INTELECTUAL: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL

Leanderson Couto de Jesus¹

RESUMO

O Capital Intelectual é muito discutido entre contadores e administradores de grandes empresas; isso porque muitas são as dúvidas sobre o assunto. O mercado globalizado está cada vez mais exigente fazendo-se necessário investir em recursos humanos para melhorar o Capital Intelectual. A grande dificuldade da contabilidade é como contabilizar o Capital intelectual, considerado a mais nova fonte de rentabilidade da empresa. A tecnologia, a informação e o conhecimento são os principais elementos do Capital Intelectual, sendo matéria de muitas pesquisas. Esse artigo através da pesquisa exploratória e investigação bibliográfica busca demonstrar algumas definições e meios de mensuração do Capital Intelectual.

Palavras-chave: Capital Intelectual. Mensuração. Avaliação.

INTRODUÇÃO

Desde as ultimas décadas do século XX o ambiente de mercado vem passando por um processo de transformação e inovação, a economia passou a ser baseada no conhecimento e na informação. O conhecimento passou a ser mais valioso que o ativo físico, tornando-se necessário a criação de novos métodos de gestão e mensuração.

O capital intelectual tornou-se um ativo de suma importância para as empresas, influenciando diretamente na rentabilidade e no valor de mercado, podendo liberar recursos financeiros a fim de aumentar radicalmente a rentabilidade.

O conhecimento acumulado pela empresa é o principal fator de produção na economia moderna. A competitividade das organizações passou a ser determinada pelas idéias, experiências, descobertas e a especialização que conseguem gerar e difundir.

¹ Graduando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Rondônia – UNIR, Campus de Cacoal, sob a orientação do Professor Ms. Silas Neiva de Carvalho.

O grande desafio neste terceiro milênio é mensurar e avaliar o Capital Intelectual de forma correta e coerente. O ativo intelectual, quando não é bem administrado, acaba se perdendo nas mentes das pessoas, em relatórios memorandos, livros e bases de dados.

Sendo assim esse artigo tem por objetivo conceituar Capital Intelectual e demonstrar métodos de como mensurá-lo e avaliá-lo.

1. CAPITAL INTELECTUAL: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL

No século XXI, as mudanças na economia ocorrem na velocidade da luz e as novidades cercam o mundo empresarial, a manutenção e inovação do conhecimento passam a ser um poderoso diferencial competitivo para o sucesso das organizações.

Johnson e Kaplan (1993, p. 30) salientam que o valor econômico de uma companhia não é limitado à soma dos valores de seus ativos tangíveis, pois inclui o valor de seus ativos considerados intangíveis.

A aplicação do conhecimento, segundo Antunes (2000, p. 18), vem impactando, sobremaneira, seu valor, pois a materialização da aplicação desse recurso, mais as tecnologias disponíveis para atuar num ambiente globalizado, produz benefícios intangíveis (Capital Intelectual), que agregam valor às mesmas.

O conhecimento passa a ser a base estrutural do desempenho da sociedade econômica. A partir daí o Capital Intelectual passou a ter lugar de destaque dentro das empresas. Por isso a importância de se encontrar uma maneira apropriada para gerenciar e mensurar o Capital Intelectual.

1.1 O QUE É CAPITAL INTELECTUAL

Da metade do século XX até os dias de hoje, os pesquisadores vem tentando definir com precisão o que é capital intelectual. Tarefa difícil, pois muitos são os questionamentos sobre este assunto cada vez mais presente na

contabilidade das empresas. E apesar de inúmeras respostas, a definição de capital intelectual ainda não está consolidada.

Sob a ótica de Hugh MacDonald (apud Stewart, 1998, p. 28) o capital intelectual é o conhecimento existente em uma organização e que pode ser utilizado para criar uma vantagem diferencial para a mesma.

Brooking (1996, p. 12) define o capital intelectual como uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam seu funcionamento.

Para os autores, Schmidt e Santos (2002, p. 93), o capital intelectual, consiste no conhecimento que foi adquirido e transformado pelas pessoas, com o objetivo de produzir ativos de maiores valores para a organização, como a satisfação da necessidade de um cliente, desenvolvimento de um produto inovador, bom relacionamento com fornecedores e sistemas de informações, entre outros ativos intelectuais, que juntos formam o capital intelectual organizacional.

A definição de Stewart (1998, p. 13) diz que:

“O capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva. Ao contrário dos ativos, com os quais os empresários e contabilistas estão familiarizados – propriedade, fábricas, equipamentos, dinheiro – constitui a matéria intelectual: conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência, que pode ser utilizada para gerar riqueza.”

Assim para Stewart, o Capital Intelectual corresponde ao conjunto de conhecimento e informações encontradas nas organizações, que agrega valor ao produto ou serviço, mediante a aplicação da inteligência, e não de capital monetário, ao empreendimento.

Já para Edvinsson e Malone (1998, p. 14), “é um capital não financeiro que representa a lacuna oculta entre o valor de mercado e o valor contábil. Sendo, portanto, a soma de Capital Humano e do Capital Estrutural.”

Para Edvinsson e Malone, o Capital Humano corresponde a toda a capacidade, conhecimento, habilidade individuais dos funcionários da organização. Já o Capital Estrutural é formado pela infra-estrutura que apóia o capital humano, ou seja, tudo aquilo que permanece na empresa quando os funcionários vão para casa.

Para estes autores Capital Intelectual é a soma entre os recursos humanos de um empresa e seus ativos tangíveis, ou seja, considera os fatores humanos e estruturais, além dos financeiros, na geração de riqueza.

Diante do que foi exposto nota-se que o valor de mercado das empresas não depende exclusivamente do seu patrimônio físico, mas principalmente do seu capital intelectual.

1.2 COMPOSIÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL

Segundo Edvinsson e Malone (1998, p.34), o capital intelectual divide-se em três grupos, a saber:

“Capital humano: composto pelo conhecimento, expertise, poder de inovação e habilidade dos empregados mais os valores, a cultura e a filosofia da empresa;
Capital estrutural: formado pelos equipamentos de informática, softwares, banco de dados, marcas registradas, relacionamento com os clientes e tudo da capacidade organizacional que apóia a produtividade dos empregados;
Capital de clientes: envolve o relacionamento com clientes e tudo que agregue valor para os clientes da organização.”

Stewart (1998, p. 67) divide o capital intelectual em três grupos, são eles: capital do cliente, capital humano e capital estrutural. Ainda segundo Stewart o capital intelectual não é criado a partir de partes distintas do capital humano, estrutural e do cliente, mas sim do intercambio entre eles.

Assim, o capital intelectual fica dividido em três grupos: capital humano, capital do cliente e capital estrutural. O capital humano abrange a capacidade, o conhecimento e a competência de cada um dos funcionários da empresa. O capital de clientes relaciona-se ao valor auferido de relações exclusivas com clientes, parceiros e fornecedores no processo de criação de valor. O capital estrutural é quem oferece suporte tecnológico incluindo sistemas de informação, arquivos de clientes, patentes, marcas, entre outras.

1.2.1 CAPITAL HUMANO

As organizações econômicas dispõem de inúmeros recursos tecnológicos, máquinas e informações, porém, o capital humano tem sido o principal recurso, capaz de desenvolver novos programas, interpretar informações e com poder de inovação, tornando-se um capital de grande importância, sendo responsável pelas transformações que as organizações têm passado. De acordo com Stewart (1998, p. 75) ele é o ativo mais importante da empresa.

Por isso o capital humano é considerado o começo de tudo, tornando-se a fonte de inovação para as empresas. Essa inovação é assim definida por Porter (1993, p. 64):

“... a inovação inclui não só novas tecnologias, mas também novos métodos ou maneiras de fazer as coisas.... A inovação pode manifestar-se no projeto de novos produtos, em novo processo de produção, nova abordagem do marketing ou nova maneira de treinar ou organizar. Pode envolver praticamente qualquer atividade na cadeia de valores.”

Sob o ponto de vista de Edvinsson e Malone (1998, p. 19) o capital humano é toda a capacidade, conhecimento, habilidades e experiências individuais dos trabalhadores.

Duffy (2000, p.73) conceitua o capital humano como sendo “o resultado do valor acumulado de investimentos em treinamento, competência e futuro de um funcionário.” Também pode ser descrito como competência do funcionário, capacidade de relacionamento e valores pessoais.

Embora o capital humano seja o ativo mais importante da empresa, a empresa não é proprietária dele – pelo menos em parte. O capital humano é consequência direta da soma das habilidades e especialidades, experiência e conhecimento de seus empregados. Drucker (apud Handy 1996, p. 32) enfatiza a propriedade do conhecimento dizendo que os meios de produção, a base tradicional do capitalismo, são agora literalmente de propriedade dos operários, porque aqueles meios estão em suas cabeças e nas pontas de seus dedos.

Stewart (1998, p. 95) diz que quando as pessoas trabalham juntas em uma empresa, elas criam algo que vale mais do que a soma de seus esforços individuais. É isso que fortalece o capital humano nas organizações.

Usando o sentido figurado Stewart (1998, p. 97) ressalta que “o capital Humano é a seiva que alimenta a árvore, e esta seiva flui produzindo inovações e crescimento. E esse crescimento torna-se madeira maciça, parte da estrutura da árvore, formando desta maneira o Capital Estrutural. Sendo assim, é o conhecimento que não vai para casa depois do expediente.”

Assim, nota-se que o Capital Humano é a força motriz, sendo percebido quando a organização faz uso do que as pessoas sabem, permitindo que as pessoas tornem o conhecimento privado em público, estimulando a troca de informações.

1.2.2 CAPITAL ESTRUTURAL

O Capital Estrutural trata da infra-estrutura organizacional, é a base para o desenvolvimento do Capital Humano. Este pode ser possuído e, portanto, negociável.

Stewart (1998, p. 113), diz que: “Na verdade, o capital estrutural, produto da inteligência humana, se baseia em pessoas dispostas a compartilhar conhecimento, e compartilhar é sempre voluntário”. Ou seja, são as pessoas que produzem mercadorias e serviços de boa qualidade.

Saint-Onge (apud Edvinsson e Malone, 1998, p. 47) cita que o capital humano é o que constrói o capital estrutural, mas, quanto melhor for o seu capital estrutural, maiores as possibilidades de que seu capital humano seja melhor.

Stewart (1998, p. 98) diz que o capital estrutural pertence à empresa como um todo. Parte do que pertence à categoria de capital estrutural tem direito aos direitos legais de propriedade: tecnologias, invenções, publicações e processos podem ser patenteados.

Quando o funcionário, Capital Humano, chega à empresa ele encontra a estrutura, o suporte para a realização de seus trabalhos, ou seja, encontra o Capital Estrutural.

1.2.3 CAPITAL DO CLIENTE

O Capital do Cliente, assim como o Capital Humano, é difícil de ser administrado, pois se trata de pessoas. O Capital de Cliente manifesta-se de várias formas, entre elas a confiabilidade, a satisfação dos clientes, os índices de troca e reclamações.

Saint-Onge (apud Stewart, 1998, p.119) enfatiza que toda empresa possui capital de clientes. Conforme o autor, o capital de clientes é definido como o valor da franquia da empresa e dos relacionamentos contínuos entre pessoas e organizações.

De acordo com Stewart (1998, p. 128) muitas empresas sabem quem são seus clientes, mas os tratam como adversários, e não como ativos.

Edvinsson e Malone (1998, p. 36) complementam sugerindo que o relacionamento de uma empresa com seus clientes são distintos das relações mantidas com os trabalhadores e parceiros estratégicos, como também, são de fundamental importância para a criação de valor para empresa.

A reputação, a marca e a imagem dependem do Capital de Clientes, sendo este de grande importância para o desenvolvimento e crescimento da empresa.

1.3 CAPITAL INTELECTUAL – O DESAFIO

Atualmente as informações contidas no Balanço Patrimonial, como máquinas, terrenos, estoques, imóveis, não retratam a real competitividade e nem as perspectivas de lucros futuros da empresa. Edvinsson & Malone (1998, p. 55), dizem que, infelizmente, nem o capital humano nem o capital estrutural são visíveis no sistema contábil tradicional. Para esses autores os ativos intangíveis surgiram em resposta a um crescente reconhecimento de que fatores extra-contábeis podem ter uma importante participação no valor real de uma empresa.

Castilho (1998, p. 67), diz que “todos os conceitos clássicos de contabilidade caem por terra na era do conhecimento. O que não pode ser contado, medido ou cotado conta muito mais do que os ativos materiais.”

Martinez (1998, p. 78), diz que “a aplicação restrita dos princípios e convenções contábeis traz uma série de dificuldades para qualquer tentativa de contabilização do capital intelectual.” Martinez ainda afirma que, algumas convenções contábeis, tais como a da materialidade e a do conservadorismo, impõem restrições a qualquer tipo de evidenciação que esteja carregada de subjetivismo e que possa comprometer a confiabilidade e consistência exigida das demonstrações financeiras.

Para Paiva (1999, p. 80) uma das maiores dificuldades de se mensurar e gerenciar o Capital Intelectual é a variedade de formas que ele assume. Diz ainda que as empresas que ainda não se deram conta do seu Capital Intelectual encontram-se em desvantagem em relação às demais, pois elas não compreenderam a importância do papel desempenhado por esse capital no seu patrimônio. Portanto, é preciso identificá-lo para mensurá-lo.

Stewart, (1998, p. 29) argumenta que outra dificuldade encontrada pela contabilidade para mensurar o Capital Intelectual decorre do fato de que não só os principais ativos da empresa do conhecimento são intangíveis, como também não está claro quem os possui ou quem é responsável por cuidar deles.

Stewart (1998, p. 51) diz ainda que:

Quando o mercado de ações avalia empresas em três, quatro, ou dez vezes mais que o valor contábil de seus ativos, está contando uma verdade simples, porém profunda: os ativos fixos de uma empresa baseada no conhecimento contribuem muito menos para o valor de seu produto ou serviço final do que os ativos intangíveis – o talento de seus funcionários, a eficácia de seus sistemas de gerenciamento, o caráter de seus relacionamentos com clientes – que, juntos constituem seu capital intelectual.

Petrash (Wernke, Lembeck, Bornia, 2003, p. 23), traz alguns passos que podem contribuir para a administração do Capital Intelectual:

- a) definir a importância do investimento intelectual para o desenvolvimento de novos produtos;
- b) avaliar a estratégia dos competidores e o ativo do conhecimento;

- c) classificar o seu portfólio: o que você tem, o que você usa, onde eles estão alocados;
- d) analisar e avaliar o valor do portfólio: quanto eles custam, o que pode ser feito para maximizar o seu valor, se deve mantê-los, vendê-los ou abandoná-los;
- e) investir: baseado no que se apreendeu nos passos anteriores, identificar espaços que devem ser preenchidos para explorar conhecimento, defender-se da concorrência, direcionar a ação da empresa ou avançar na tecnologia; e
- f) reunir o seu novo portfólio de conhecimento e repetir a operação *ad infinitum*.

Antunes (2000, p. 81) diz que dentre as experiências iniciais realizadas por algumas companhias para mensurar seu capital intelectual, a Skandia AFS foi a primeira organização a publicar um relatório suplementar às demonstrações contábeis divulgando o seu capital intelectual.

Paiva (Wernke, Lembeck, Bornia, 2003, p. 24) destaca que:

a contabilização do capital intelectual não justifica o abandono ou o desprezo da contabilidade financeira. Sinaliza, sim, uma preocupação em proporcionar informações mais consistentes acerca do patrimônio da empresa, principalmente por assumir que inúmeros fatores de ordem intangível contribuem para o valor de mercado da mesma. ...enquanto a contabilidade tradicional destaca elementos do passado, o capital intelectual viaja para o futuro.

Embora seja difícil para a Contabilidade mensurar um valor que está escondido, tem-se como grande desafio criar a metodologia adequada para mensurar e contabilizar o Capital Intelectual e evidenciar nas Demonstrações Contábeis.

1.4 MENSURANDO O CAPITAL INTELECTUAL

Muitos são os métodos que estão sendo desenvolvidos para a mensuração do Capital Intelectual. Dentre eles estão:

- a) O Navegador CI da Skandia; (Kaplan e Norton);
- b) Diferença Entre o Valor de Mercado e o Valor Contábil.

1.4.1 O Navegador CI da Skandia

Kaplan e Norton (1997, p. 119) trazem o exemplo da Skandia.

A apresentação do suplemento do relatório anual da Skandia declara:

As empresas sempre foram avaliadas de acordo com seus ativos financeiros e suas vendas, seus imóveis ou outros ativos tangíveis. Essas visões da era industrial dominam a percepção que temos das empresas hoje em dia – embora a realidade tenha começado a mudar a décadas. Hoje é o setor de serviços que representa o dinamismo e a capacidade de inovação... No entanto, o setor de serviços possui poucos ativos visíveis. Qual o valor atribuído à criatividade, aos padrões de serviço ou aos sistemas exclusivos de computação? Os auditores, os analistas e os contadores não contam com instrumentos e normas geralmente aceitas para avaliar com precisão as empresas de serviços e seu Capital Intelectual.

Para Edvinsson (apud Von Krogh et al, p. 118-119), a futurização é um processo de planejamento pro ativo, em que os gerentes fazem alguma coisa agora, e não no ano 2020. Diz ele:

“Como o futuro é desconhecido, é impossível mapeá-lo; só podemos utilizar indicadores que nos mostrem onde estamos, nossa direção e a velocidade do percurso. Ao analisarmos essas informações ao longo do tempo, começamos a perceber padrões de mudança que talvez se reforcem mutuamente como uma onda. É como velejar: não em linha reta rumo ao futuro, mas sim por meio de uma sucessão de movimentos diagonais, em curso oblíquo. Isso é o que chamamos de navegação pelo conhecimento, usando o Navegador Skandia.”

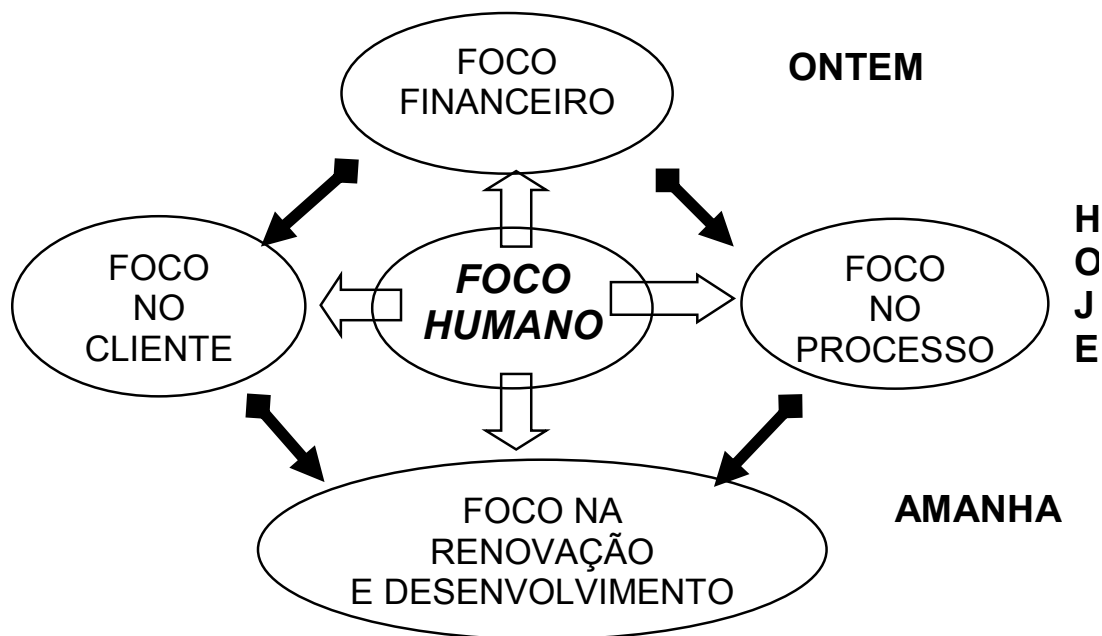


FIGURA 1 – NAVEGADOR CI DA SKANDIA

Fonte: adaptado de Von Krogh et. al.

Foco Financeiro:

- a) Lucro adicional decorrente de novas operações;
- b) Lucro por empregado;
- c) Valor de mercado/empregado;
- d) Retorno sobre o patrimônio líquido decorrente de novas operações;
- e) Índice de perdas em comparação com a média do mercado.

Foco no Cliente:

- a) Quantidade de clientes;
- b) Dias gastos em visitas a clientes;
- c) Visitas de clientes à empresa;
- d) Índice de clientes satisfeitos;
- e) Clientes perdidos.

Foco Humano:

- a) Tempo dedicado a treinamento;
- b) Índice de motivação;
- c) Rotatividade do pessoal;
- d) Empregados que trabalham em casa / total de empregados.

Foco no Processo:

- a) Pedidos preenchidos sem erro;
- b) Despesas administrativas / receita total;
- c) Custo de erros administrativos / receitas gerenciais;
- d) Tempo de processamento;
- e) Contratos / empregados.

Foco na Renovação e no Desenvolvimento:

- a) Índices de empregados satisfeitos;
- b) Despesas com desenvolvimento de competências / empregado;
- c) Despesas com treinamento / empregado;
- d) Despesas com P&D / despesas administrativas;
- e) Despesas com marketing / cliente.

1.4.2 DIFERENÇA ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL

Na visão de Wernke (2002, p. 29) a simplicidade característica do modelo talvez seja sua maior virtude, já que se o valor de mercado de uma empresa é maior que seu valor contábil faz sentido atribuir a diferença ao Capital Intelectual.

Para Góis (apud Wernke, 2002, p. 29) é o indicador mais usado para medir o Capital Intelectual. Tendo por base as demonstrações financeiras auditadas,

o valor do Capital Intelectual de uma empresa é determinado pela diferença entre o valor contábil e de mercado.

Paiva (apud Wernke, 2002, p. 26) destaca que o Capital Intelectual é calculado utilizando-se a equação $CI = VM - VC$, onde CI = Capital Intelectual; VM = Valor de Mercado (preço por ação x nº total de ações no mercado) e VC = Valor Contábil (valor registrado no PL da empresa).

Wernke (2002, p. 29) observa que diante deste modelo o valor de mercado representa unicamente a percepção que os investidores do mercado acionário têm em relação ao valor atual da empresa, em função de critérios adotados que podem ou não estar corretos.

Este método tem como enfoque apenas a parte financeira do Capital Intelectual, deixando a parte qualitativa.

As empresas de telecomunicações retratam bem essa situação, em que o valor de mercado é maior que o valor contábil. As tabelas apresentam dados reais de empresas do setor de telecomunicações, onde nota-se a real diferença entre o valor contábil e o valor de mercado.

Valor de mercado das Operadoras de Celular em 2007 (R\$ Milhões)

| Empresa | Janeiro/07 | Fevereiro/07 | Março/07 | Abril/07 | Mai/07 |
|-----------------|-------------------|---------------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Tim Part. | 20.052 | 18.595 | 18.744 | 19.586 | 19.345 |
| Vivo | 14.726 | 14.017 | 14.808 | 17.283 | 16.635 |
| Telemig Part. | 1.967 | 1.987 | 1.916 | 2.113 | 2.533 |
| Telemig | 2.155 | 2.155 | 2.217 | 2.218 | 2.263 |
| Americel | 898 | 898 | 898 | 902 | 957 |
| Tele Norte Cel. | 223 | 240 | 227 | 222 | 225 |

Fonte: <http://www.teleco.com.br/acoes.asp>

Tim part.**Dados Econômico-Financeiros - R\$ mil**

| | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|
| Balanço patrimonial - consolidado | 31/03/2007 | 31/12/2006 |
| Disponibilidades | 509.971 | 1.193.477 |
| Ativo Total | 13.131.272 | 14.200.105 |
| Endividamento Financeiro | 0 | 0 |
| Patrimônio Líquido | 7.866.913 | 7.886.378 |

Fonte: <http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17639>

VIVO**Dados Econômico-Financeiros - R\$ mil**

| | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|
| Balanço Patrimonial - consolidado | 31/03/2007 | 31/12/2006 |
| Disponibilidades | 1.241.709 | 1.447.640 |
| Ativo Total | 17.060.158 | 17.542.077 |
| Endividamento Financeiro | 0 | 0 |
| Patrimônio Líquido | 8.345.972 | 8.371.746 |

Fonte: <http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17710>

TELEMIG PART.**Dados Econômico-Financeiros - R\$ mil**

| | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|
| Balanço Patrimonial - Consolidado | 31/03/2007 | 31/12/2006 |
| Disponibilidades | 590.528 | 527.773 |
| Ativo Total | 1.997.783 | 1.988.240 |
| Endividamento Financeiro | 0 | 0 |
| Patrimônio Líquido | 1.160.783 | 1.118.196 |

Fonte: <http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17701>

TELEMIG**Dados Econômico-Financeiros - R\$ mil**

| | | |
|---|----------------|----------------|
| Balanço Patrimonial – Não - Consolidado | 31/03/2007 | 31/12/2006 |
| Disponibilidades | 361.015 | 305.762 |
| Ativo Total | 1.621.373 | 1.618.354 |
| Endividamento Financeiro | 164.032 | 171.040 |
| Patrimônio Líquido | 998.197 | 953.434 |

Fonte: <http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17213>

AMERICEL**Dados Econômico-Financeiros - R\$ mil**

| | | |
|---|----------------|----------------|
| Balanço Patrimonial – Não – Consolidado | 31/03/2007 | 31/12/2006 |
| Disponibilidades | 1.849 | 20.316 |
| Ativo Total | 1.228.434 | 1.299.999 |
| Endividamento Financeiro | 200 | 430 |
| Patrimônio Líquido | 965.088 | 949.007 |

Fonte: <http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=16195>

TELE NORTE CEL.**Dados Econômico-Financeiros - R\$ mil**

| | | |
|-----------------------------------|---------------|---------------|
| Balanço Patrimonial – Consolidado | 31/03/2007 | 31/12/2006 |
| Disponibilidades | 66.144 | 51.400 |
| Ativo Total | 625.559 | 645.877 |
| Endividamento Financeiro | 0 | 0 |
| Patrimônio Líquido | 82.404 | 87.997 |

Fonte: <http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17604>

Empresas como a TIM, VIVO, dentre outras, têm seu valor de mercado maior que o valor contábil. Este resultado poderia ser atribuído ao Capital Intelectual? E no caso da AMERICEL que o valor contábil é maior que o valor de mercado, será que é devido à má gestão do Capital Intelectual?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde a sua descoberta, a contabilidade teve como objetivo registrar, mensurar e avaliar as atividades de uma organização, para auxiliar na administração das organizações.

Com as mudanças econômicas, tecnológicas, políticas e sociais que começaram a ocorrer na metade do século XX, as empresas também sofreram grandes transformações, dentre elas o surgimento da necessidade de gerir o Capital Intelectual.

Administrar, mensurar e contabilizar o Capital Intelectual tornou-se um desafio a ser vencido pela contabilidade, sempre buscando um método adequado para fazê-lo. A mensuração do Capital Intelectual vem a completar o atual sistema de mensuração patrimonial, atribuindo-lhe uma visão sistêmica, enriquecendo-o com novas informações, tornando-o mais coerente com as exigências do atual contexto econômico, político e social.

Nesta nova sociedade, não se pode mais subestimar o Capital Intelectual, devido à sua importância para as organizações tem sido objeto de várias tentativas de mensuração com o intuito de atribuir um valor objetivo para este, pois tem grande influência no real valor da empresa.

Os estudiosos da contabilidade ainda não conseguiram chegar a um consenso sobre a mensuração e contabilização do Capital Intelectual, pois questões como a imaterialidade, invisibilidade e subjetividade não foram resolvidas. Portanto o Capital Intelectual ainda sendo objeto de muitas pesquisas e discussões por parte de todos os envolvidos no assunto – não somente os contadores, mas também economistas, administradores e a sociedade econômica em geral, a fim de tornar o Capital Intelectual uma ferramenta gerencial cada vez mais eficiente, ou mesmo como parte integrante das demonstrações contábeis.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, M. T. P. **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.

BROOKING, Annie. Intellectual capital: core asset for the third millennium enterprise. **International Thomson Business Press**, New York, 1996.

CASTILHO, Carlos. **O capital invisível: A esmagadora maioria das empresas usam apenas 20% do seu mais importante e valorizado ativo, o conhecimento**. Em Empreendedor. v.4, n.44, jun/1998. São Paulo: Empreendedor.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. Edição Compacta. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

DUFFY, D. Uma idéia capital. **HSM Management**, São Paulo, n.22, set./out. 2000.

EDVINSSON, Leif. MALONE, Michael S. **Capital Intelectual descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos**. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1998.

HANDY, Charles. **Tempo de mudanças**. São Paulo: Saraiva 1996.

JOHNSON, H. T.; KAPLAN, R. S. **Contabilidade gerencial: a restauração da relevância da contabilidade nas empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

KAPLAN, Robert S. NORTON, David P. **A estratégia em Ação: Balanced Scorecard**. 17 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PAIVA, Simone Bastos. **O Capital Intelectual e a Contabilidade**. Revista RBC, ano xxIII, n°117, maio/junho 1999.

PORTER, M. E. **Vantagem Competitiva das Nações**, Rio de Janeiro, Campus 1993.

SCHMID, Paulo e SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de ativos intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual - A nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Campus Ltda., 1998.

Von Krogh, George. Ichijo, Kazuo. Nonaka, Ikujiro. **Facilitando a criação de conhecimento: Reinventando a Empresa com o Poder da Inovação Contínua**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

WERNKE, Rodney. Avaliação do capital intelectual: considerações sobre os métodos mais recentes. **Revista Brasileira de Contabilidade**, n. 142, julho/agosto. 2003, p. 73-85.

WERNKE, Rodney. **Considerações Acerca dos Métodos de Avaliação do Capital Intelectual**. Revista RBC n°137, set./out. 2002 p.23-29.

WERNKE, Rodney. LEMBRECK, Maluce. BORNIA, Antonio C. **As Considerações e comentários acerca do Capital Intelectual**. Revista FAE, Curitiba, V. 6, jan./abr. 2003 p.15-26. Disponível em: www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v6_n1/02_rodney.pdf acessado no dia 21/10/06 às 20:37hs.

[//www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17604](http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17604)

[//www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=16195](http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=16195)

[//www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17213](http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17213)

[//www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17701](http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17701)

[//www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17710](http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17710)

[//www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17639](http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaInfoEmp.asp?CodCVM=17639)

<http://www.teleco.com.br/acoes.asp>